

《银行厅堂营销与客户投诉处理技巧》课程大纲

【课程收益】

- 1.通过本课程的学习，使学员掌握柜面营销的方法，提升柜面人员营销技能，更好的完成销售任务；
- 2.通过本门课程的学习，帮助大堂经理在厅堂里快速识别客户，给客户带来优质体验的同时顺势开展厅堂阵地联动营销；
- 3.通过本课程学习，使得各岗位之间建立有效联系和衔接，提升厅堂营销效率。
- 4.通过多种营销方式的展开，提升网点营销业绩。
- 5.帮助学员树立以客户为中心的理念，转变对投诉客户的理解误区
- 6.掌握客户投诉处理技巧和方法，提升投诉处理的灵活应变能力
- 7.通过对客户投诉的管理，减少客户流失，提升客户满意度与忠诚度

【课程对象】 会计主管、大堂经理、柜员等

【课程时间】 1天/6课时

【培训形式】 激情讲授、情景演练、小组研讨、角色扮演、答疑解惑、实战案例分析等

【培训内容】

第一讲：柜员营销

一、柜面人员服务中销售效应的来源

- 1.服务中销售效应来源的控制点
- 2.实现卓越服务的流程
- 3.服务满意中的促销策略
- 4.服务满意后的销售效应

二、服务中销售的前提：驾驭客户心理

- 1.客户沟通风格的迎合
- 2.客户情绪分析
- 3.客户偏好分析
- 4.客户5大期望值的判断与超越

三、有效平衡服务与销售的双重角色

- 1.服务角色与销售角色的冲突
- 2.如何防止过度销售
- 3.如何防止过度服务

四、柜面人员服务流程中四个阶段的把握

- 1.接待---服务形象及第一印象
- 2.理解---感同身受及需求判断
- 3.帮助---提供解决方案及超越期望
- 4.留住---制造差异化及后续维护

五、如何塑造产品的价值及调动对方情绪

- 1.产品说明的方法与步骤
- 2.提出解决方案（FAB与SPIN）
- 3.捕捉客户的购买信息成交的时机：客户在购买时发出的信息与信号
- 4.提出购买建议（解决方案）

六、如何解除客户的抗拒点

- 1.客户抗拒的本质：解除抗拒点的方法
- 2.解除抗拒点的成交话术设计思路

第二讲：厅堂联动营销技巧

一、岗位联动，各司其职

- 1.明确各岗位营销职责和分工
- 2.提高岗位协作性
- 3.提升岗位营销效率

二、岗位联动有着十分重要的作用

- 1.改变员工理念
- 2.为客户提供专业化理财服务
- 3.培养专业化理财服务人员和零售业务管理人员
- 4.营造全员参与网点转型的氛围

三、岗位联动营销服务方法

- 1.转介过程的三项内容
- 2.岗位联动营销服务职能定位
- 3.网点联动营销分润对象
- 4.联动营销分润制度的建立

第三讲：客户投诉处理技巧

一、什么是客户的抱怨与投诉

二、客户投诉的原因

1. 对公司业务流程条款不满
2. 营销人员存在欺瞒误导性行为
3. 客户的权益被侵犯
4. 客户的问题被忽视
5. 工作人员的态度

三、投诉的分类

- 1.普通投诉
- 2.重复投诉
- 3.升级投诉
- 4.群体投诉

案例解析：

- (1) 夸大保险投资收益的投诉案例
- (2) 过了犹豫期退保要扣除对应的本金费用，客户不认可而导致的电话投诉。
- (3) 由于清卡政策带来的客户不理解导致的客户投诉
- (4) 客户的信用卡因年费扣除不合理引起的投诉

四、投诉客户心理诉求分析

1.理性投诉者

- 1) 希望解决问题
- 2) 希望得到补偿
- 3) 希望改正失误

2.感性投诉者

- 1) 希望得到尊重
- 2) 希望得以倾诉
- 3) 希望体验愉悦

3.同理心的运用

- 1) 不要急于表达
- 2) 正面表达
- 3) 侧面表达

五、客户投诉的三大定律

- 1.投诉成本比
- 2.投诉扩散比
- 3.投诉杠杆比

六、投诉处理十字箴言——五少

1. 少一些生硬
2. 少一些冷漠
3. 少一些对抗
4. 少一些辩解

5. 少一些主观

七、投诉处理十字箴言——五多

1. 多一些理解
2. 多一些感谢
3. 多一些担当
4. 多一些幽默
5. 多一些对比

八、投诉抱怨处理原则

1. 积极主动性原则
2. 客观公正性原则
3. 专业性原则
4. 效率性原则
5. 合规谨慎性原则

九、投诉处理步骤

1. 道歉安抚
2. 感性倾听
3. 复述询问
4. 解释澄清
5. 提出方案
6. 实施跟进

十、有效处理客户投诉的沟通技巧

1. 如何通过解释赢得客户理解
2. 如何说服客户接受解决方案
3. 并不是所有的客户都是对的
4. 如何处理好情绪激动的客户

十一、正确看待客户投诉

1. 客户是朋友不是敌
2. 不满是机会不是麻烦
3. 愤怒是危机不是小事
4. 问题是解决不是逃避
5. 投诉是预防不是处理

十二、客户投诉案例演练

一、投诉的分类与评估

1. 投诉的分类
 - 1) 普通投诉
 - 2) 重复投诉
 - 3) 升级投诉

4) 群体投诉

5) 疑难投诉

2. 投诉处理水平评估与分析

二、客户投诉的三大定律

1. 投诉杠杆比

2. 投诉扩散比

案例：蔬菜都长出芽了客户邮件还未收到引起的投诉

案例：客户的包裹显示签收但客户根本没有收到自己的货物

3. 投诉成本比

三、投诉为什么——投诉客户心理诉求分析

1. 理性投诉者

1) 希望解决问题

2) 希望得到补偿

3) 希望改正失误

案例：客户购买的皮鞋因疫情原因邮件已发至客户所在区域又被退回去了

2. 感性投诉者

1) 希望得到尊重

2) 希望得以倾诉

3) 希望体验愉悦

案例：一位 60 多岁老大爷的“特别”投诉，需求何在？第三讲：投诉处理秘笈

一、投诉处理十字箴言——五少

1. 少一些生硬

2. 少一些冷漠

3. 少一些对抗

4. 少一些辩解

5. 少一些主观

二、投诉处理十字箴言——五多

1. 多一些理解

2. 多一些感谢

3. 多一些担当

4. 多一些幽默

5. 多一些对比

三、投诉抱怨处理原则

1. 积极主动性原则

2. 客观公正性原则

3. 专业性原则

4. 效率性原则

5. 合规谨慎性原则

四、投诉处理步骤

1. 道歉安抚

2. 感性倾听

3. 复述询问

4. 解释澄清

5. 提出方案

6. 实施跟进

五、案例投诉实景案例解析

1. 关于工作人员态度的投诉案例

2. 关于邮件延迟派发引起的投诉案例

3. 关于邮递物品损坏引起的投诉案例

4. 关于邮递货物丢失引导的投诉案例

六、前车之鉴：投诉处理常见问题

1. 含糊其辞
2. 以己度人
3. 滔滔不绝
4. 钻牛角尖
5. 见林就入
6. 冠冕堂皇

七、投诉处理技巧

1. 道歉的艺术
2. 看人在下菜
3. 灵活的三换第三讲：发现投诉之美

一、正确看待客户投诉

1. 客户是朋友不是敌人
2. 不满是机会不是麻烦
3. 愤怒是危机不是小事
4. 问题是解决不是逃避
5. 投诉是预防不是处理